MICRO-INFLUENCERS

MOBILE MARKETING

BOOTSTRAPPING

MICROEMPRENDIMIENTO

MICROEMPRESAS

INFLUENCER MARKETING

CONTENT MARKETING

DROPSHIPPING

M-COMMERCE
(COMERCIO MÓVIL)





DROPSHIPPING

El envío directo (DROP SHIPPING) es un método de gestión de la cadena de distribución en la que el emprendedor (IBO) no mantiene los productos en stock, sino que transfiere los pedidos del cliente y los datos del envío al fabricante (La Corp.), o a un mayorista, que luego envía los productos directamente al cliente.

BOOSTRAPPING

El bootstrapping es un término procedente del inglés que hace referencia a empezar algo sin recursos o con muy pocos recursos. En el área de los negocios, significa ejercer alguna actividad emprendedora con poco o nada de experiencia, sin conocimiento, poco o nada de capital y nada de experiencia. Es decir, emprender únicamente con los medios que se tienen al alcance

M-COMMERCE / MOBILE COMMERCE / MOBILE MARKETING

El Mobile Marketing (o marketing móvil) es un conjunto de técnicas y formatos para promocionar productos y servicios utilizando los dispositivos móviles como canal de comunicación.

MICROEMPRENDEDOR

Un MICRO EMPRENDEDOR es tanto alguien que desarrolla un producto o servicio propio con poca estructura, como alguien que representa a una gran firma gestionando una red de distribución.

MICROEMPRENDIMIENTO

Microemprendimiento se denomina a una iniciativa de negocio que comienza un Microemprendedor, siendo él y personas cercanas los que trabajan en echarla adelante. En la mayoría de los casos no hay empleados.

MICROEMPRESAS

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa o microemprendimiento que no es más que la puesta en marcha de un negocio de aquella tipología donde el propio emprendedor es el dueño y administrador del mismo y en el que, además de haber llevado a cabo una baja inversión, no tiene empleados.



INFLUENCER

Un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca.

MICROINFLUENCER

Los microinfluencers son usuarios que tienen un alcance más reducido (normalmente, entre 500 y 10.000 followers en sus perfiles), pero que a cambio cuentan con una gran credibilidad en torno a una temática muy concreta (por ejemplo, cuidado de la piel, nutrición, arreglo personal, etc.) y que tienen una relación más cercana con sus seguidores..

Son el ejemplo y la vitrina de lo que dicen. Hablan desde la práctica.

INFLUENCER MARKETING

El marketing de influencers es una novedosa estrategia de marketing que consiste en lograr una serie de vínculos de colaboración entre las marcas y las empresas y aquellas personas con una gran visibilidad y protagonismo en internet, a las que se conoce como 'influencers'.

Los influencers tienen seguidores que respetan y valoran el conocimiento y la experiencia del influencer en el tema que trata.



CONTENT MARKETING / MARKETING DE CONTENIDO

Es la producción de información de valor de manera regular para el público meta, desde su perspectiva e intereses, que nos posicione como experto en el tema y con soluciones interesantes a sus necesidades, gustos y deseos.

Esos contenidos alimentan nuestras redes sociales y van creando seguidores.

AFFILIATE MARKETING / MARKETING DE AFILIADOS / MARKETING POR AFILIACION

El marketing de afiliación es una estrategia de marketing online que se basa en el siguiente principio: un anunciante, ya sea una empresa o una eCommerce que paga a otra empresa para que le ayude a vender y promocionar su negocio. Y un afiliado que promociona el producto o servicio a cambio de una comisión.

El marketing de afiliación se confunde comúnmente con el marketing de referidos, ya que ambas formas de marketing utilizan terceros para impulsar las ventas al minorista. Sin embargo, las dos formas de marketing se diferencian en la forma en que impulsan las ventas, donde el marketing de afiliación se basa únicamente en motivaciones financieras, mientras que el marketing de referidos se basa más en la confianza y las relaciones personales. (En nuestro caso, utilizamos ambas)

